

品牌事实库 1-3-5 法则

让 AI 在 1 秒内"理解"你的品牌——玄雀内部沉淀的事实库搭建标准

#方法论 #1-3-5 法则

1. AI 时代，品牌档案的最小单元

传统品牌的"一句话介绍 + 一段公司简介"在 AI 时代失效了——AI 不会读你那 500 字的公司介绍，它只会读它"看得到"。

玄雀的解法是：把品牌拆成 1 句 + 3 个 + 5 个最小事实单元，让 AI 不需要"理解"，只需要"提取"。

2. "1 句"——AI 用来识别你的那一句

要求：30 字以内、有品类、有差异化、能被独立引用。

反例：

- "我们是一家专注于 XX 领域的高科技公司"（无差异化）
- "我们致力于为客户提供优质的产品和服务"（无具体品类）

正例（西安本地口腔品牌）：

- "西安雁塔区专注种植牙的连锁口腔机构，5 年完成 3000+ 例种植手术"

关键：包含 品类 + 地域/场景 + 量化证据。

3. "3 个"——AI 用来比较你的 3 个差异化

要求：每个差异化都是一个独立的"主张 + 证据"对。

为什么是 3 个？AI 在生成对比答案时，倾向于展示 3-5 个并列项。

实操模板：

- 差异化 1 = [主张] + [具体证据] + [数据/案例]
- 差异化 2 = 同上
- 差异化 3 = 同上

反例："专业、专注、专一"（三个无差异化）

正例：

- 1. 西安本土 5 年质保（vs 行业普遍 1-2 年）
- 2. 主治医生均有 10 年以上临床经验（vs 行业平均 5 年）
- 3. 当天面诊当天出方案（vs 行业普遍 7-15 天）

4. "5 个"——AI 用来信任你的 5 个证据

要求：可外部验证的客观证据，AI 能爬到或看到。

玄雀推荐的 5 类证据（任选 5 个组合）：

- 资质类：营业执照、医疗许可、ISO 认证
- 数据类：累计案例数、用户量、市占率
- 第三方类：媒体报道、行业奖项、协会会员
- 客户类：客户名单、复购率、NPS 评分
- 内容类：白皮书、研究报告、专利

5. 实际应用：1 份事实库的产出

把 1+3+5 整理成 1 张结构化卡片（Excel / Notion / 在线表格均可）：

字段设计：

- 一句话定位（1 句）
- 差异化 1 / 证据 1（3 个）
- 差异化 2 / 证据 2
- 差异化 3 / 证据 3
- 信任证据 1-5（5 个）
- 来源 URL（每个证据的链接）

这张表是后续所有内容的"事实源"，每篇文章、每条短视频、每段 AI 问答，都从这里取。

6. 避坑指南

- 不要写"行业领先"——AI 看到会过滤
- 不要写"中国 500 强"——除非你有官方证明
- 数据要带年份和来源
- 证据类要附 URL
- 1 句定位要定期复盘（每季度一次）